

Ecrit par le 22 juillet 2024

L'Occitan fait son entrée dans l'outil de traduction de Google



[Google](#) vient d'intégrer 110 nouvelles langues à son outil de traduction [Google Translate](#). Parmi elles, plusieurs langues régionales utilisées en France comme le Breton, le Corse et [l'Occitan](#).

« L'intégration de l'Occitan, même si elle nous paraît tardive, témoigne de l'importance de son usage sur internet », se félicite la structure de défense de cette langue [Assemblada Occitana](#) qui rappelle que « grâce au travail de beaucoup de bénévoles, l'occitan est très présent sur internet, notamment dans Wikipédia et dans des applications diverses : WordPress, Windows... »

« Maintenant il faut améliorer la qualité de l'occitan traduit : il faut y garantir une grammaire authentique, la disponibilité des sept dialectes et la norme du Conseil de la langue occitane », insiste Assemblada Occitana.

S'il est difficile d'évaluer précisément le nombre de locuteurs, on estime tout de même qu'ils seraient près de 600 000 à parler couramment l'Occitan dans la partie Sud de la France. Le Provençal étant l'une des variantes encore utilisée par environ 200 000 personnes dans la région.

Ecrit par le 22 juillet 2024

8% de la population mondiale concernée

Aujourd'hui, grâce à ces 110 nouvelles langues représentent plus de 614 millions de locuteurs (de quoi permettre à 8% de la population mondiale d'effectuer des traductions), Google Translate propose désormais 243 langues.

Afin de déterminer, l'intérêt d'une langue, Google évalue notamment le nombre de demandes reçues pour la prise en charge de la langue, le nombre de locuteurs de cette langue ainsi que la quantité de données disponibles pour former l'intelligence artificielle qui pourra faire ces traductions.

Objectif : 1 000 langues

« Il y a beaucoup de critères à prendre en compte lorsque l'on ajoute de nouvelles langues à Google Traduction, depuis les variétés de langues que nous proposons jusqu'aux orthographes spécifiques que nous utilisons, explique [Constantin Foniadakis](#), porte-parole français de Google. Les langues intègrent énormément de variétés : variétés régionales, dialectes, normes orthographiques différentes. En fait, de nombreuses langues n'ont pas de forme standard et il est donc impossible de choisir la 'bonne' variété. Notre approche a consisté à donner la priorité aux variétés les plus couramment utilisées de chaque langue. Grâce à nos partenariats avec des linguistes spécialisés et des locuteurs natifs, nous continuons à faire de grands progrès. Et au fur et à mesure que la technologie progresse, nous allons continuer à prendre en charge encore plus de variétés de langues et de conventions orthographiques. »

A termes, Google a [annoncé](#) le lancement de la '1,000 Languages Initiative' (initiative 1 000 langues), un engagement à construire des modèles d'IA qui prendront en charge les 1 000 langues les plus parlées dans le monde, sur les 6 000 à 7 000 dialectes de la planète.

Agence Arôme : Comment être bien référencé sur google pour une entreprise en 2024 ?

Ecrit par le 22 juillet 2024



Au sein d'un univers technologique en changement perpétuel, il n'est pas si aisé que cela de choisir la meilleure option et les outils adéquats pour être bien référencé sur Google en tant qu'entreprise. Pourtant avec 6,9 milliards de recherches effectuées chaque jour sur ce moteur de recherche, la stratégie de référencement est devenue indispensable pour n'importe quelle entreprise ou structure qui souhaite mettre en place la meilleure stratégie marketing possible. Rémi Vicente, créateur et dirigeant de l'entreprise de communication vauclusienne Arôme nous livre son analyse de l'évolution du mode de référencement et sur ce qui est le plus efficace en 2024.

Publicité, newsletter, site internet, sponsoring sur les réseaux sociaux ... Les moyens et les outils pour mettre en place une politique de marketing et de visibilité efficace sur le web sont très nombreux. Utilisés à bon escient ils permettent à n'importe quelle entreprise, PME ou grandes multi nationales d'avoir une bien meilleure maîtrise de leur communication, de leur image ainsi qu'une stratégie de développement commercial percutante sur le long terme.

De tous ces leviers, le référencement naturel dit SEO (Search engine optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche) est devenu un des outils les plus efficace et indispensable pour être aujourd'hui visible sur internet. Si en tant qu'entreprise vous possédez un site web, le SEO doit grandement aider à attirer beaucoup plus de flux sur celui-ci. Il est depuis plusieurs années, la principale source de trafic sur les différents moteurs de recherche, que ce soit Bing, Yahoo mais surtout Google.

En suggérant l'introduction de mots clés dans vos contenus et de 'backlinks', le SEO permet de vous rendre plus visible à travers le fonctionnement des algorithmes. Depuis plusieurs années, le référencement naturel augmente la crédibilité de marque et de marketing d'une entreprise, améliore

Ecrit par le 22 juillet 2024

l'expérience utilisateur, permet un impact positif sur le cycle d'achat et offre une possibilité de ciblage sur le plan de la vente.

Le référencement : une évolution constante

[Rémi Vicente](#) dirige depuis plus de 18 ans l'agence de communication [Arôme](#) qui s'est imposée notamment comme l'un des précurseurs de la région en matière de SEO et de communication digitale, mais également dans le domaine publicitaire. [En plus de vingt ans de carrière, ce chef d'entreprise a vu passer des clients de tous les secteurs qu'il a accompagné dans leurs choix de communication et de stratégies digitales.](#)



Rémi Vicente, dirigeant de l'agence de communication avignonnaise Arôme.

« Nous avons fait très tôt le choix de la communication digitale dans notre agence et nous avons été les premiers à le proposer à nos clients. Avant l'avènement des smartphones et des écrans, le volet digital consistait à avoir un site internet efficace et de qualité. On a été les premiers à équiper nos clients de sites web, à établir des campagnes Google Ads dès 2006 puis on faisait tout notre possible pour que ce site soit aussi bien référencé naturellement dans les moteurs de recherche dont Google en priorité. C'est primordial pour chaque entreprise mais encore plus pour une structure locale qui n'a pas les moyens d'avoir des campagnes publicitaires de grande ampleur explique Rémi Vicente.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Cette stratégie de référencement naturel (SEO) et payant (Google Ads) a toujours fait ses preuves mais a dû s'adapter face aux changements numériques et digitaux qui sont constants. Face aux nombreuses nouveautés emmenées par les évolutions technologiques, l'agence Arôme a toujours su s'adapter, mais surtout anticiper, pour offrir à ses clients les conseils les plus efficaces « les fonctionnalités des nouveaux téléphones ont emmené l'avènement des applications pour les réseaux sociaux qui rapidement sont devenus des interfaces publicitaires efficaces pour les entreprises, il a fallu rapidement l'intégrer dans les campagnes marketing et communicationnelles de nos clients ».

Quels effets sur le référencement ?

Si la stratégie du référencement SEO avec l'intégration de mots clés...s'est montré très efficace pendant de nombreuses années avec une rentabilité visible pour les entreprises qui voyait leur taux d'audience grimper en flèche et leurs sites en tête de liste sur les pages Google, ce mode de fonctionnement semble se heurter à une nouvelle réalité « le référencement naturel que vous avez aujourd'hui sur un site, il est très limité à la fiche Google Local. C'est-à-dire que si je suis d'Avignon, j'ai très peu de chance d'apparaître sur les recherches des personnes domiciliés sur Cavaillon ou Orange alors qu'avant, avec les articles ou pages que nous faisons par exemple avec les mots clés j'arrivais par ce biais à remonter en vertical dans les bons résultats, aujourd'hui c'est très compliqué » constate Rémi Vicente.

« Aujourd'hui, si vous êtes un prestataire ou une entreprise locale, le référencement naturel uniquement sur votre site n'est plus du tout suffisant. »

L'effet de masse sur cette pratique a bouleversé le mode de fonctionnement et ce constat s'applique surtout pour les entreprises territoriales qui ne possèdent pas une image de marque forte « Aujourd'hui, si vous êtes un prestataire ou une entreprise locale, le référencement naturel uniquement sur votre site n'est plus du tout suffisant, c'est beaucoup d'efforts pour très peu de résultats et vous aurez beaucoup de mal à étendre votre offre au-delà de votre localité car Google a réduit la portée naturelle des résultats sur son moteur. En 3 ans, nous avons vu des clients qui ont vu leur trafic naturel divisait par 3 ou 4 », analyse le créateur d'Arôme.

Ecrit par le 22 juillet 2024



Le transporteur vaclusien Voyages Arnaud a confié l'agence Arôme la mise en avant sur Google de sa ligne 57 pour compte du réseau 'Zou!' de la Région Sud.

Conscient des modifications apportées par Google, Rémi Vicente a su faire, une nouvelle fois, preuve d'anticipation : « on a accéléré depuis cinq ans le travail de développement au sein de nos offres sur les fiches Google Local. Une tâche importante, car mieux on est référencé, mieux on sera trouvé. Et puis, parce que Google a pris des décisions qui poussent les gens à passer sur sa régie publicitaire Google Ads pour avoir un référencement efficace ».

Google AdWords une solution quasi inévitable ?

Créée en octobre 2000, Google AdWords, qui s'est transformé depuis plus de 6 ans en Google Ads, est un outil puissant de publicité en ligne mis en place par la plateforme de recherche. Cette interface agit comme une régie, qui moyennant contribution, vous permet de placer des mots clés stratégiques via un système d'annonces et ainsi réaliser des campagnes de publicités percutantes.

Il offre à ses utilisateurs la possibilité de gérer ses campagnes en temps réel qui plus est avec un ciblage établi et précis, il est aujourd'hui le programme de lancement le plus utilisé au monde par les

Écrit par le 22 juillet 2024

annonceurs. Il permet également une nette amélioration sur la présence transmédia et une optimisation du nombre de contacts qualifiés.

« Le référencement naturel c'est fini. »

Face à cette alternative, quasi obligatoire, apporté par Google, Rémi Vicente a réussi à optimiser ce dispositif, mais cela n'est pas sans conséquences. « Aujourd'hui les demandes de prospects que les sites avaient naturellement commencent à être drastiquement réduites comme un goulet d'étranglement. En tant qu'agence de communication, nous devons apporter une efficacité à nos clients. Je suis alors obligé de monter le budget mensuel quotidien sur Google Ads sur les mots clés que je visais avant. Les grands opérateurs publicitaires digitaux que sont Google, Facebook et Instagram ont fait une réhausse des prix depuis 3 ans qui est tellement importante, qu'ils sont au prix des médias classiques. Il est donc quasiment systématique pour nous de doper les lignes Google Ads pour augmenter le trafic et je pense que c'est sur ça qu'il faut appuyer pour la suite » détaille t-il.

Une nouvelle tendance qui signe, selon l'entrepreneur vauclusien, la mort quasi définitive du référencement SEO « le référencement naturel c'est fini. Le SEO il faut désormais en faire une base de construction mais cela nécessite trop de productions de contenus pour des résultats trop faibles. Si on ne passe pas aujourd'hui par Google Ads et les réseaux sociaux en faisant du 'community management' on ne peut pas mettre en place de campagnes efficaces. Sans cela, vous perdez des clients et des prospects et ce n'est pas négligeable ».

Les recherches les plus populaires sur Google en 2023

Ecrit par le 22 juillet 2024

L'année 2023 selon Google

Recherches les plus populaires sur Google en France en 2023

Actualités

1	ChatGPT	🔍
2	Guerre Israël Hamas	
3	Emile disparition	
4	Tempête Ciarán	
5	Lina disparition	

Personnalités publiques

1	Kylian Mbappé	🔍
2	Antoine Dupont	
3	Brigitte Bardot	
4	Amandine Pelissard	
5	Jeremy Renner	

Les "c'est quoi..."

1	Le chemsex ?	🔍
2	Le 49.3 ?	
3	Le Hamas ?	
4	Un Kibboutz ?	
5	L'abaya ?	



Les "où..."

1	Restaurants où manger sain ?	🔍
2	Où se trouve la Namibie ?	
3	Où se trouve Gibraltar ?	
4	Où trouver de l'essence ?	
5	Où se trouve la Palestine ?	

Films

1	Oppenheimer	🔍
2	Barbie	
3	Avatar 2	
4	Asterix et Obelix	
5	Creed 3	

Source : Google Trends



statista 

Ecrit par le 22 juillet 2024

La fin de l'année est la période propice aux rétrospectives. Tous les ans, [Google](#) dévoile la liste des requêtes les plus populaires sur son moteur de recherche. Il s'agit plus précisément d'une analyse des tendances qui se base sur la hausse des requêtes pour un sujet donné, d'une année sur l'autre. Notre infographie donne un aperçu des sujets ayant connu la plus forte hausse d'intérêt en France en 2023, dans une sélection de catégories.

En haut des tendances liées à l'actualité, on trouve sans surprise la [guerre Israël-Hamas](#), qui occupe le devant de la scène médiatique depuis octobre, mais aussi [ChatGPT](#), le chatbot utilisant l'[IA](#) lancé en fin d'année dernière par OpenAI, ou encore la tempête Ciarán, qui a gravement touché certaines régions de France et d'Europe cet automne.

Parmi les personnalités publiques les plus recherchées par les internautes, deux sportifs sortent du lot : le footballeur Kylian Mbappé, dont le transfert avorté a provoqué un feuilleton médiatique cet été, et Antoine Dupont, le demi de mêlée du XV de France et quart-de-finaliste malheureux de la [Coupe du monde de rugby](#) en septembre.

Comme le révèle l'analyse des questions (où ? c'est quoi ?), trouver un restaurant pour manger sain et de l'essence pour sa voiture ont également suscité un intérêt particulier cette année, tout comme la définition du [49.3](#), l'article de la Constitution utilisé à de nombreuses reprises par le gouvernement.

Concernant le cinéma, les films les plus populaires cette année sont sans surprise *Oppenheimer* et *Barbie*, deux films aux antipodes l'un de l'autre mais sortis en même temps en juillet et qui ont [pulvérisé les records en salle](#).

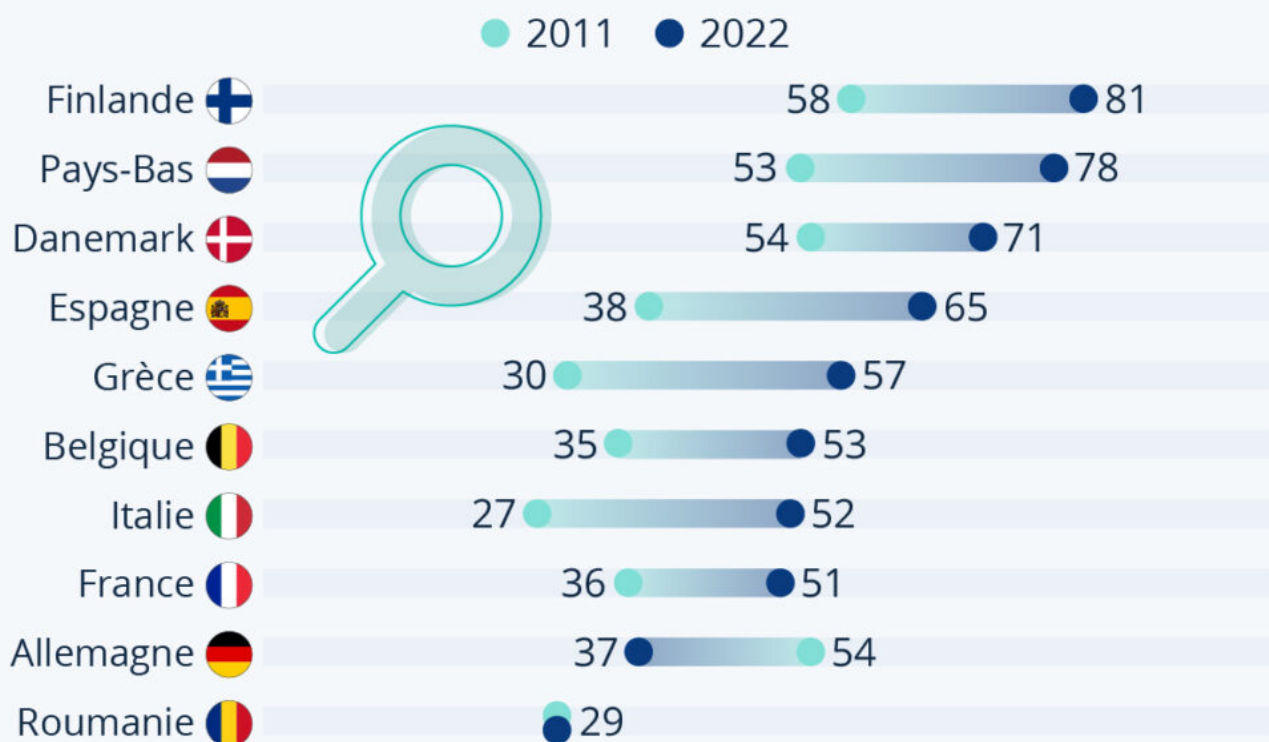
De Tristan Gaudiaut pour Statista

Santé en ligne : C'est grave docteur Google ?

Ecrit par le 22 juillet 2024

C'est grave docteur Google ?

Part des personnes (16-74 ans) ayant utilisé Internet pour rechercher des informations relatives à leur santé, en % *



* Au cours des 3 derniers mois précédant l'enquête. Informations sur la santé : blessures, maladies, nutrition, etc. Sélection de pays de l'UE.

Source : Eurostat



statista 

Pour beaucoup de gens de nos jours, le premier réflexe en cas d'éruption cutanée ou de symptôme inhabituel est de consulter Google pour tenter d'établir soi-même un premier diagnostic.

En 2022, la moitié des Français (51 %) ont utilisé Internet pour trouver des informations relatives à leur santé au cours des trois mois précédant l'enquête annuelle d'Eurostat - contre environ un peu plus du

Écrit par le 22 juillet 2024

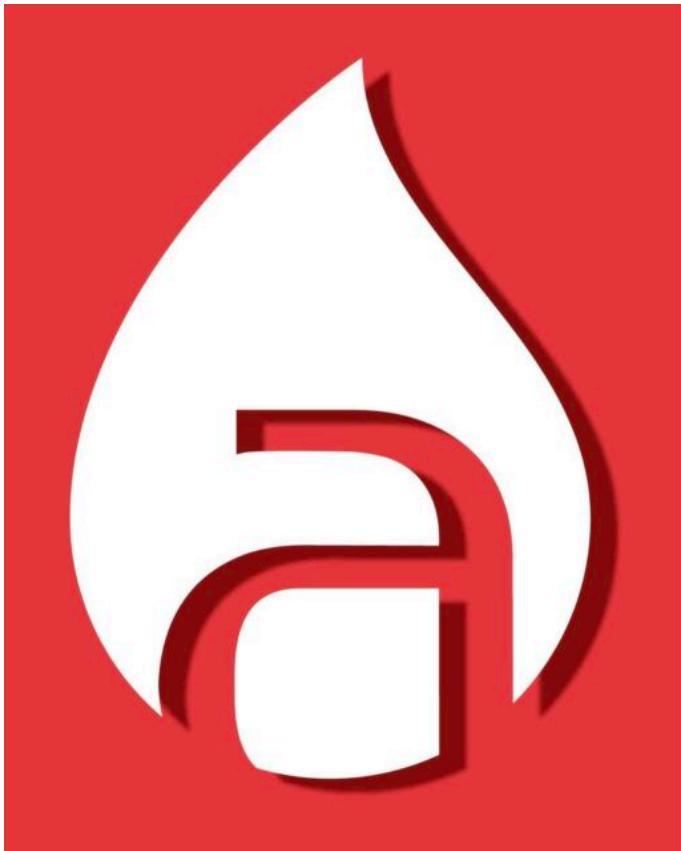
tiers en 2011 (36 %). Le développement de cette tendance est assez similaire dans les autres pays européens, à l'exception de l'Allemagne, où la part des personnes qui se renseignent sur le Web à ce sujet a baissé au cours de la période (de 54 % à 37 %). Les Finlandais et les Néerlandais sont les plus nombreux à saisir leur clavier pour des questions de santé, soit respectivement 81 % et 78 % en 2022. Cette pratique est en revanche moins répandue Roumanie (29 %).

Bien que des [informations](#) fiables et intéressantes puissent être trouvées sur Internet, la multiplication des contenus numériques liés à la santé a entraîné un phénomène nouveau appelé « cybercondrie ». Ce terme décrit l'habitude d'individus qui recherchent de manière compulsive des informations sur le Web et qui développent une anxiété excessive sur leur propre état de santé. En cas d'inquiétude, rien ne remplace donc une traditionnelle visite chez le médecin pour se rassurer.

De Claire Villiers pour [Statista](#)

Arôme mise sur Google

Ecrit par le 22 juillet 2024



Arôme, c'est l'agence de communication avignonnaise pionnière dans l'optimisation de la fiche Google et du référencement de site web. Aujourd'hui, elle dédie à cette fiche un 'Pack Visibilité' afin d'aider ses clients à prendre l'outil en main.

Si vous cherchez une couturière et que vous vous apercevez qu'elle a seulement 2 avis et une note de 2,5/5 sur Google, fondamentalement, vous allez essayer d'en chercher une autre avec de meilleurs avis. C'est dans une dynamique d'optimiser sa fiche Google que réside le 'Pack Visibilité' établi par l'agence de communication Arôme.

« Cette fiche, c'est le préambule de la communication digitale », débute [Rémi Vicente](#), co-fondateur d'Arôme. Qu'est-ce que la fiche Google ? C'est l'encadré que l'on aperçoit sur la droite des résultats de recherche Google lorsque l'on tape le nom d'un commerce, d'un hôtel ou d'un autre type d'entreprise. Cette fiche regroupe notamment la localisation de ladite entreprise sur Google Maps, les avis, ou encore les infos pratiques comme les horaires.

À quoi sert cette fiche ?

La fiche 'Google My Business', qui au départ était nommée la 'fiche d'établissement Google', est en réalité un très vieux produit lancé par Google afin de concurrencer les Pages Jaunes à l'époque où le

Ecrit par le 22 juillet 2024

marché des annuaires faisait rage et était très actif. C'était surtout un moyen pour Google de proposer une offre plus complète de sa fonctionnalité Google Maps en incluant les entreprises sur son plan.

Aujourd'hui, cette fiche est devenue un outil très important pour les entreprises. Elle leur permet d'être localisées très rapidement. Avec son développement au fil des ans qui lui permet aujourd'hui de regrouper de nombreuses informations, elle apporte immédiatement ce que l'on cherche sur telle ou telle entreprise. À l'ère où tout le monde, ou presque, possède un smartphone et effectue une recherche internet pour obtenir la moindre information, cet outil s'apparente à la vitrine d'une boutique.

Le 'Pack Visibilité'

En maîtrisant rapidement sa propre fiche, Arôme s'est révélée être une entreprise pionnière concernant le développement de cet outil et a pu accompagner ses clients très tôt et les sensibiliser au fait qu'il est fondamental de maîtriser parfaitement cette fiche. « Il y a encore beaucoup d'entreprises aujourd'hui qui ne la gèrent que partiellement et minimisent son impact », explique Rémi Vicente. Arôme a donc décidé de formaliser cette prestation en lançant un 'Pack Visibilité' pour accompagner les entreprises dans l'optimisation de l'outil. Ce pack n'a pas de prix fixe, tout dépend des besoins et des demandes de chaque entreprise.

L'agence de communication avignonnaise est là pour prendre la main de ses clients et les diriger vers une meilleure utilisation de l'outil afin de générer plus de clics et donc d'obtenir plus de visibilité et de trafic au niveau local, mais pas seulement. Il est parfois possible de leur faire dépasser les frontières du local. Ainsi, une entreprise située à Carpentras peut très bien obtenir une certaine notoriété dans les communes voisines, voire plus loin encore.

Un outil qui s'entretient

Si Arôme propose une aide pour la création et la configuration de la fiche Google, pour la saisie des informations stratégiques, ou encore pour son enrichissement, une fois lâché dans la nature, les clients doivent continuer d'alimenter cette fiche régulièrement.

« Cette fiche, il faut en prendre soin comme la prune de ses yeux »

Rémi Vicente

« Avant toute chose, il faut passer de la phase 'je subis' à la phase active », insiste le co-fondateur de l'agence. Au lieu d'être passif et d'attendre que les avis tombent, il faut donc aller les collecter, y répondre, enrichir avec des photos, et faire bien d'autres choses pour faire évoluer sa fiche. « Il faut visualiser cet outil comme un allié plutôt qu'un poids », poursuit Rémi Vicente. Plus de 90% des entreprises sur le marché ne sont pas des marques notoires. Ainsi, il paraît nécessaire d'apparaître de

Ecrit par le 22 juillet 2024

façon qualitative sur la recherche Google.

Le fait d'avoir de nombreux avis positifs et une fiche très complète permet également un meilleur référencement. Par exemple, sur trois restaurants qui se situent dans la même rue, c'est celui qui aura la meilleure qualité de fiche et les meilleurs avis qui ressortira en premier dans une recherche sur Google puisque l'objectif du moteur de recherche est de toujours proposer des résultats de meilleure qualité.

À qui s'adresse ce pack ?

Toute entreprise qui souhaite prendre sa communication digitale en main sans savoir par où commencer peut se tourner vers cette solution. C'est le premier outil, avant même d'avoir un site internet, qui va permettre à une entreprise de pouvoir se faire un carnet de clients, d'obtenir des devis, et bien d'autres.

C'est important pour les entreprises qui reçoivent du public quotidiennement telles que les hôtels et les restaurants ou encore les salons de coiffures, mais cela vaut aussi pour les sociétés telles que les agences de communications, ou encore les banques. La fiche 'Google My Business' présente immédiatement un critère de performance et de réputation.

Toutes les informations sur le '[Pack Visibilité](#)' [ici](#).

La CCI PACA s'associe à Google pour la transition numérique des entreprises

Ecrit par le 22 juillet 2024



Google

Ateliers
Numériques

Philippe Renaudi, président de la [Chambre de commerce et d'industrie \(CCI\) de Provence-Alpes-Côte d'Azur](#), et Benoit Tabaka, secrétaire général de Google France, viennent de signer une convention de partenariat afin d'aider les entreprises régionales dans leur transition numérique, au bénéfice de leur activité et leur cybersécurité.

À partir de ce partenariat, un programme de 20 ateliers en webinaire sans frais a été établi. Il débutera le lundi 19 septembre. Le but est de rassembler 1000 participants d'ici avril prochain. L'objectif principal de ces ateliers est d'aider concrètement les TPE-PME, notamment les commerces de proximité, acteurs du tourisme et des services, professionnels de l'événementiel, à relever les enjeux actuels de transitions. « Sur le levier de la transition numérique, les 7 CCI territoriales de Provence-Alpes-Côte d'Azur ont sensibilisé plus de 10 000 entrepreneurs et accompagné plus de 1 700 d'entre eux l'an dernier, explique Philippe Renaudi. Accélérer la digitalisation de nos entreprises est indispensable, il allait de soi que notre réseau CCI déploie ce programme Google Ateliers Numériques. »

Les 20 webinaires de 90 minutes auront lieu les lundis du 19 septembre au 28 novembre 2022, et du 6 février au 17 avril 2023. Ils permettront aux entreprises de mieux maîtriser les outils web et les indicateurs utiles, de se familiariser avec les réseaux sociaux, de décrypter les opportunités de YouTube, de devenir incollables sur le parcours-client en ligne, ou encore de se prémunir des cyberattaques.

Pour découvrir les webinaires et s'inscrire à l'un ou plusieurs d'entre eux, [cliquez ici](#).

V.A.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Tourisme : Avignon, Gordes et Roussillon au firmament des internautes

[Likibu](#), 1^{er} comparateur de location de vacances entre particuliers, vient de dévoiler son classement des villes et villages touristiques les plus recherchés par les internautes. Un palmarès où le Vaucluse est à la fête.

Avec 220 440 requêtes sur les 12 derniers mois, Avignon arrive ainsi en 2^e position des villes françaises de moins de 100 000 habitants plébiscitées via le moteur de recherche Google lors de requêtes effectuées au cours des 12 derniers mois sur les thèmes 'Que faire', 'Que voir', 'Que visiter'. Dans ce top 50, la cité des papes est seulement devancée par La Rochelle (234 580 requêtes). Derrière on retrouve Saint-Malo, Narbonne, Biarritz, Bayonne, Colmar, Vannes, Sète et les Sables-d'Olonne. Plus loin, Cannes arrive 14^e, Arles 15^e, La Ciotat 31^e et Saint-Raphaël 39^e.

Toujours sur les mêmes critères, Likibu a également dressé le top 30 des villages les plus recherchés par les internautes. Si Rocamadour arrive en tête (110 000 requêtes), Gordes apparaît en deuxième position (60 500). Les villages vauclusiens de Roussillon (10^e) et Lourmarin (18^e) ainsi que ceux des Baux-de-Provence (5^e) et de Grignan (29^e) complète ce carton plein local.

L.G.

Luberon : « Je ne sais pas où j'habite ! »

Vivant aujourd'hui dans le Luberon, [Didier Bailleux](#)* proposera désormais régulièrement des chroniques dans nos colonnes. L'occasion pour ce professionnel des médias de nous offrir une vision décalée de la Provence.

C'est par ces mots que j'entame ma conversation avec l'agent Le Floch de la police rurale de Mérindol. Après un bref salut, il me demande : « qu'est-ce que je peux faire pour vous ? ». Il a vite compris que je n'étais pas sous l'emprise de quelques substances plus ou moins illicites ou empreint de confusion

Ecrit par le 22 juillet 2024

mentale qui m'aurait fait perdre tout sens de l'orientation.

En effet, si nous – je dis 'nous' car nous sommes deux à partager le même toit – savons encore très bien où nous habitons, merci, nous ne sommes pas en capacité de donner avec précision notre adresse avec un nom de voie et un numéro, comme c'est l'usage. Pour faire en sorte que nous puissions recevoir notre courrier, nous en avons informé le service des postes par l'intermédiaire de son préposé en charge de sa distribution. Et pour tous ceux qui prévoient de nous rendre visite nous avons repeint notre boîte aux lettres d'un rouge les plus seyants.

Eviter les longs et fastidieux radioguidages

Tel un phare au milieu de la nuit cette oriflamme colorée fonctionne plutôt bien et nous épargne de longs et fastidieux radioguidages. D'autant plus que les ondes des téléphones portables franchissent très difficilement les vieux murs de la maison. On ne saurait jamais trop vanter les charmes de ces anciennes bastides provençales, quelques soit les circonstances elles nous replongent toujours dans leurs époques. Nous aurions pu nous en rester là et considérer que tout allait bien. Mais une interrogation nous traversa l'esprit. Depuis plusieurs mois nous attendons notre connexion au réseau internet haut débit, elle nous aurait enfin permis de faire de ce vieil axiome éculé voulant associer tradition et modernité une 'vraie réalité'. Mais comment nous attribuer une ligne haut-débit si nous n'avons pas d'adresse précise ? Peut-être qu'aux yeux des opérateurs téléphoniques nous n'existons pas ?

Quelle adresse donner en cas d'appel au secours ?

Tout cela pour en arriver, en une matinée d'automne ensoleillé, dans les services municipaux de Mérindol, bien décidé à repartir avec l'information tant recherchée : quelle est notre adresse exacte ? L'accueil y fut aussi bienveillant que compréhensif. « Vous avez tout à fait raison » me lança l'agent Le Floch et il poursuit d'un ton plus grave « Si vous avez besoin de secours quelle adresse allez-vous donner ? ». Argument implacable. Comment n'y avons-nous pas pensé, surtout en ces temps où le principe de précaution semble être devenu pour ceux qui nous gouvernent et nous administrent leur unique priorité ou presque ?

« Allons voir cela sur le cadastre » me lance notre homme tout en m'invitant à le suivre dans son bureau. Une fois installé derrière son ordinateur et l'application concernée ouverte, nous identifions notre parcelle. Et là, ce fut la révélation... Le cadastre nous indique que la voie qui nous dessert et délimite les bans communaux de Mérindol et de Puget-sur-Durance appartient à cette dernière. Il faut savoir que généralement ce type de voie est partagé pour moitié, chacun prenant un côté de celle-ci. Deuxième particularité de notre affaire : la première partie de la voie (avant son intersection avec la D 173) elle est commune... aux deux communes. Fruit d'une histoire sans aucun doute mouvementée.

Une affaire rondement menée

Cette voie appartient à Puget il faut donc s'adresser à Puget. N'écoutant que son devoir, notre agent prend son téléphone et appelle la personne en charge de l'urbanisme à la mairie de Puget. « Allo Valérie ? C'est Nicolas... Voilà ce qui m'amène... ». Après lui avoir résumé la situation et notre problème il se propose de lui envoyer par mail copie de la partie du cadastre concerné. Ce qu'il fait dans l'instant. Et me raccompagnant jusque sur le pas de la porte il me promet de me tenir au courant dès qu'il a du nouveau. Je quitte les lieux pas mécontent de ma matinée et plutôt satisfait du fonctionnement de notre administration locale. Quelques heures après je reçois un mail de M. Le Floch** faisant un résumé précis

Ecrit par le 22 juillet 2024

de la situation et des démarches en cours. J'y apprend que le responsable du centre de tri postal de Cadenet, duquel nous dépendons, a déjà aussi été mis sur le coup ainsi que le SDIS (service départemental d'incendie et de secours). Une affaire rondement menée.

Dans la même journée notre agent m'appelle : « J'ai le retour de Puget ! Ils vont inscrire à l'ordre du jour de leur prochain conseil municipal le choix du nom ». Le dossier est en bonne voie aurions-nous pu dire !

La réponse existe depuis 1839

Le lendemain, mail de la secrétaire de la mairie de Puget. Elle s'est plongée dans les archives de la commune, cette voie a déjà un nom et l'arrêté de nomination remonte à 1839. Il s'agit du chemin du Degoutaud dit « le dégoutaou » (là où coule l'eau). Donc plus besoin de conseil municipal, il suffira de mettre un panneau et d'attribuer un numéro. Nous avons ensuite confirmation que le SDIS 84 qui avait déjà enregistré le nom de cette voie côté Puget va le faire aussi pour le côté Mérindol. Nous sommes sauvés !

Ensuite, pris soudain d'une sorte de reflexe primaire, je me connecte sur Google maps pour connaître la position du géant américain sur notre petit problème, dans notre petit coin de Provence... Et je vous le donne en mille notre voie s'appelle le chemin du Dégoutaou. Trop fort google ! Mais 6 mois après cet épisode nous attendons toujours le haut débit.

Didier Bailleux

**Ancien directeur général et directeur de la rédaction de Mirabelle TV (télévision régionale en Lorraine), [Didier Bailleux](#) a été auparavant consultant dans l'audiovisuel et à travaillé sur plusieurs projets : TNT, SVOD, services en ligne, création de TV locales. En tant que directeur marketing, il a participé, dans les années 1990 et 2000, à la création de plusieurs chaînes thématiques : Canal J, Voyage et Pathé-Sport. Aujourd'hui, il vit en Vaucluse et travaille sur la production de documentaires consacrés aux terroirs.*

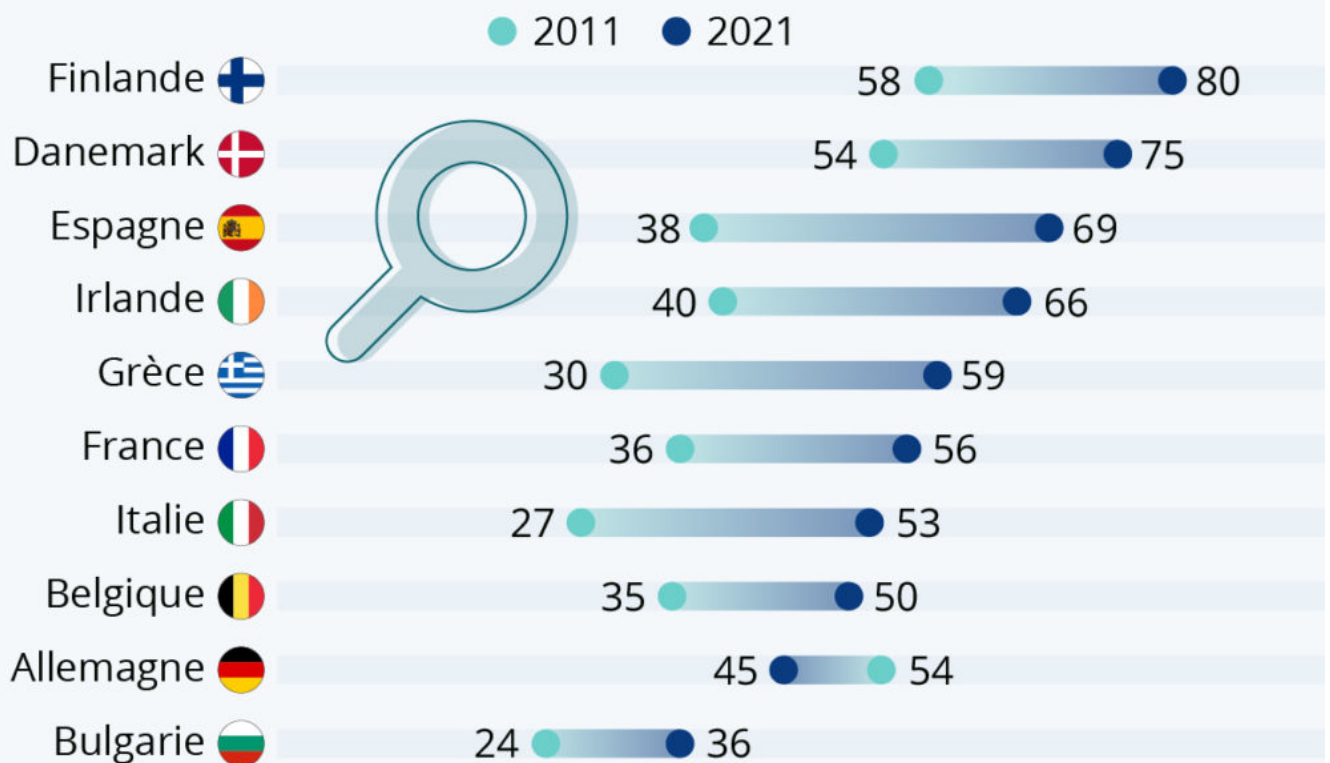
***Le nom de l'agent municipal a été modifié.*

C'est grave docteur Google ?

Ecrit par le 22 juillet 2024

C'est grave docteur Google ?

Part des personnes (16-74 ans) ayant utilisé Internet pour rechercher des informations relatives à leur santé, en % *



* Au cours des 3 derniers mois précédant l'enquête. Informations sur la santé : blessures, maladies, nutrition, etc. Sélection de pays de l'UE.

Source : Eurostat



Pour beaucoup de gens de nos jours, le premier réflexe en cas d'éruption cutanée ou de symptôme inhabituel est de consulter [Google](https://www.google.com) pour tenter d'établir soi-même un premier diagnostic.

En 2021, plus de la moitié des Français (56 %) ont utilisé Internet pour trouver des informations relatives à leur santé au cours des trois mois précédant l'enquête annuelle d'[Eurostat](https://ec.europa.eu/eurostat) - contre environ un peu plus

Écrit par le 22 juillet 2024

du tiers en 2011 (36 %). Le développement de cette tendance est assez similaire dans les autres pays européens, à l'exception de l'Allemagne, où la part des personnes qui se renseignent sur le Web à ce sujet a baissé au cours de la période (de 54 % à 45 %). Les Finlandais et les Danois sont les plus nombreux à saisir leur clavier pour des questions de santé, soit respectivement 80 % et 75 % en 2021. Cette pratique est en revanche moins répandue en Bulgarie (36 %) et en Roumanie (40 %).

Bien que des informations fiables et intéressantes puissent être trouvées sur Internet, la multiplication des contenus numériques liés à la santé a entraîné un phénomène nouveau appelé « cybercondrie ». Ce terme décrit l'habitude d'individus qui recherchent de manière compulsive des informations sur le Web et qui développent une anxiété excessive sur leur propre état de santé. En cas d'inquiétude, rien ne remplace donc une traditionnelle visite chez le [médecin](#) pour se rassurer.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)